

Abstract

The purpose of this research is to help improve the performance of e-marketing strategy, analysis and creating a good marketing strategy and beneficial for the company as well as internal and external customers are based websites, and design and analyze a website in order to market their products and introducing company products as well as extensive and better yet, based on the framework SOSTAC ®. The research method used in this paper is the method of data collection is done by conducting a survey to PT Naila Syafaah Wisata Mandiri and an interview with Mr. Taufiqurrahman as director of the company, seeking reference information from the Internet as well as through the study of literature as a reference theory reference book and writing materials essay This, in order to figure out the strategy and tactics of e-marketing is good for achieving the desired results. And methods of analysis of the marketing strategy framework SOSTAC ® for strategic e-marketing and effective website design, easily accessible and can be applied to PT Naila Syafaah Wisata Mandiri. The results obtained and to achieve is a more active role in the development of quality, customer service and also products are always developed also actively developing relationships with customers primarily through the website, the Company has a system of E-Marketing strategy also display a website in terms of quality, design, navigation, content (content) of the company's website are manufactured and packaged to be more attractive and contain the information required by the customer based on the theoretical framework of RACE on the tactics that companies are more responsive to the development of technology, development and e-marketing changes that can occur at any time and in the future.

Keyword : *Strategy E-Marketing, E-Marketing, SOSTAC®, PT. Naila Syafaah Wisata Mandiri, RACE*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu memperbaiki kinerja strategy E-marketing, analisis dan menciptakan strategi pemasaran yang baik dan bermanfaat bagi perusahaan juga konsumen secara internal maupun eksternal yang berbasis website, dan merancang serta menganalisis website agar dapat memasarkan produk dan mengenalkan produk juga perusahaan secara luas dan lebih baik lagi, berdasarkan kerangka SOSTAC®. Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan survei ke PT Naila Syafaah Wisata Mandiri dan melakukan wawancara dengan Pak Taufiqurrahman selaku direktur perusahaan, mencari referensi informasi dari internet dan juga studi pustaka melalui referensi buku sebagai acuan teori dan bahan penulisan skripsi ini, agar mengetahui strategi dan taktik E-marketing yang baik untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dan metode analisa terhadap proses strategi pemasaran kerangka SOSTAC® untuk membuat strategi E-marketing dan perancangan Website yang efektif, mudah diakses dan dapat diterapkan pada PT. Naila Syafaah Wisata Mandiri.

Hasil yang didapatkan dan ingin dicapai adalah perusahaan lebih aktif dalam pengembangan kualitas, pelayanan dengan customer juga produk-produknya yang selalu dikembangkan juga aktif membina hubungan dengan customer terutama melalui website, Perusahaan memiliki sistem strategi E-Marketing juga tampilan website dari segi mutu, desain, navigasi, isi(konten) dari website perusahaan yang dibuat dan dikemas menjadi lebih menarik dan memuat informasi yang dibutuhkan oleh customer yang berdasarkan teori kerangka RACE pada bagian taktik agar perusahaan lebih tanggap terhadap perkembangan teknologi, perkembangan dan perubahan E-marketing yang dapat terjadi setiap waktu dan dimasa mendatang.

Kata Kunci: *Strategy E-Marketing, E-Marketing, SOSTAC®, PT. Naila Syafaah Wisata Mandiri, RACE*